EBOOK FREE Sunbook MZBOOK medi-z

MARKETING ONLINE

Và chiến lược MO hiệu quả

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Marketing Online Và chiến lược MO hiệu quả

Marketing Online là gì?

Marketing online hay còn gọi là hình thức tiếp thị trực tuyến, là hoạt động quảng bá sản phẩm/dịch vụ và xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp thông qua các phương tiện truyền thông kỹ thuật số trên Internet (website, fanpage, email…) vào việc nghiên cứu thị trường, phát triển các chiến lược phát triển sản phẩm, nhằm mục đích cuối cùng là thu hút sự quan tâm của người dùng internet đến sản phẩm hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp, đẩy mạnh hiệu quả bán hàng cho doanh nghiệp một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Lợi ích của Marketing online

• *Chi phí thấp hơn so với Marketing truyền thống:* Nếu như Marketing truyền thống buộc doanh nghiệp phải đầu tư khoản tiền lớn để thực hiện quảng cáo trên truyền hình, tổ chức sự kiện, hội chữ… thì với Marketing Online, các doanh nghiệp có thể quảng bá sản phẩm, dịch vụ với chi phí thấp và hiệu quả cao bằng các công cụ truyền thông kỹ thuật số ví dụ Facebook, Instagram…

• *Dễ dàng xác định khách hàng mục tiêu:* Với Marketing online, doanh nghiệp hoàn toàn có thể lựa chọn đối tượng khách hàng mục tiêu của mình dựa trên nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, sở thích…)

• *Dễ dàng theo dõi, phân tích và đo lường hiệu quả:* Thông qua các chỉ số đánh giá hiệu quả công việc KPIs như CPC (Cost per click), CPL (Cost per lead)… doanh nghiệp có thể biết được nguồn khách hàng đến từ đâu và phân tích khâu nào trong chiến lược Marketing online tổng thể đang chưa hiệu quả, từ đó đưa ra giải pháp kịp thời. Nhờ đó các doanh nghiệp có thể kiểm soát lượng ngân sách đầu tư cho Marketing phù hợp hơn.

• *Tương tác chặt chẽ với khách hàng:* Nhờ có Marketing online, doanh nghiệp dễ dàng tương tác, chăm sóc, xây dựng mối quan hệ lâu dài, chặt chẽ với khách hàng. Điển hình có thể kể đến Email marketing (có thể dùng để gửi khách hàng về thông tin sản phẩm mới, thông tin khuyến mãi…), hoặc với Facebook (doanh nghiệp có thể tạo fanpage để tương tác trực tiếp với khách hàng…).

Kênh Marketing online hiệu quả nhất hiện nay

• *Website Marketing*

Với khách hàng, Website tượng trưng cho công ty của bạn trên Internet, đây được xem như cầu nối giữa khách hàng và doanh nghiệp. Bạn có thể đặt quảng cáo thông tin của bạn trên website khác có lượng truy cập lớn để thu hút khách hàng vào xem thông tin sản phẩm trên website của bạn.

• *Social Media Marketing*

Social Media Marketing viết tắt là SMM, được hiểu là Marketing trên nền tảng mạng xã hội như: Facebook, Twitter, Zalo, Instagram… Các loại công cụ này được đánh giá là nền tảng truyền thông khá đơn giản và hữu hiệu. Nó hỗ trợ tốt trong việc quảng bá sản phẩm và dịch vụ mới, tăng độ nhận diện thương hiệu, giữ lòng trung thành nơi khách hàng, tăng lưu lượng truy cập vào website và cải thiện trải nghiệm người dùng. Mục tiêu của truyền thông qua mạng xã hội là sự tương tác.

Nhờ sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống mạng xã hội mà doanh nghiệp có cơ hội để tiếp cận với khách hàng tiềm năng của mình thông qua quảng cáo, viral thương hiệu được thể hiện dưới dạng thức khác nhau như: Video, hình ảnh, content hấp dẫn, kêu gọi sự tương tác của người dùng…

• *SEO - Search Engine Optimization*

SEO, được hiểu là quá trình tối ưu hóa website tương thích với các

tiêu chí của các bộ máy tìm kiếm, nhằm làm tăng thứ hạng website trong các trang kết quả của công cụ tìm kiếm (phổ biến nhất là Google) với những từ khóa liên quan đến sản phẩm/dịch vụ do công ty cung cấp mà không cần dùng đến phương thức quảng cáo, từ đó gia tăng được lượng truy cập tự nhiên và thu hút khách hàng.

• *Google Ads*

Là hình thức quảng cáo có trả phí. Các website sẽ đặt các quảng cáo trên Google Adwords thông qua sự chọn lọc từ khóa để SEO. Người dùng sẽ được tiếp cận với các thông tin mà website cung cấp khi tìm kiếm các từ khóa liên quan đến từ khóa mà website đã đăng ký qua Google Adwords.

• *Email Marketing*

Email Marketing là một cách quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua Email (thư điện tử) làm phương tiện truyền thông tin gửi đến một nhóm khách hàng tiềm năng để giới thiệu, tặng quà, quảng cáo hay cảm ơn nhằm thúc đẩy họ sẽ mua sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ của bạn. Nó được xem như là một công cụ để xây dựng lòng trung thành, mức độ nhận biết thương hiệu, tiếp thị sản phẩm, dịch vụ cũng như xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp. Hơn thế nó giúp doanh nghiệp tạo dựng được mối gắn kết với khách hàng theo phương thức có sự đồng ý của khách hàng.

• *Mobile Marketing*

Mobile Marketing là hình thức tiếp thị trên điện thoại di động. Sử dụng điện thoại để giới thiệu hoặc quảng cáo các thông tin tới khách hàng. Nói cách khác, Mobile Marketing là các hình thức quảng bá tới người tiêu dùng thông qua thiết bị di động.

Mobile Marketing là một thị trường có tiềm năng lớn để các doanh nghiệp Việt Nam khai thác trong thế giới Digital Marketing để đưa thông tin về thương hiệu và sản phẩm, dịch vụ tới khách hàng đạt hiệu quả cao nhất.

• *Viral Marketing*

Đây là hình thức tạo ra các hoạt động, chương trình hay liên kết trong các cộng đồng mạng như diễn đàn, mạng xã hội, blog v.v… không nằm ngoài mục tiêu là giới thiệu sản phẩm và dịch vụ của công ty tới người tiêu dùng. Đặc điểm của hình thức này là tạo ra hiệu ứng lan truyền hay truyền miệng của các cư dân mạng về sản

phẩm hay dịch vụ của công ty.

Những cần làm khi triển khai Marketing online

• Xây dựng kế hoạch Marketing online

Việc thiết lập, xây dựng kế hoạch Marketing online là một điều vô cùng quan trọng cho một chiến dịch online marketing hiệu quả. Việc xây dựng chiến dịch Marketing online giúp bạn tiết kiệm thời gian, tiền bạc và công sức. Một kế hoạch tốt sẽ giúp doanh nghiệp có một hướng đi cụ thể, đo lường hiệu quả của từng kênh Marketing online, từ đó đưa ra quyết định đúng đắn để phát triển doanh nghiệp.

• Đo lường kết quả của các hoạt động Marketing online

Một sai lầm nghiêm trọng nếu doanh nghiệp bỏ qua bước đo lường kết quả của hoạt động Marketing online, bởi như vậy doanh nghiệp sẽ không thể đánh giá được mức độ hiệu quả của các chiến dịch. Bên cạnh đó, việc đo lường thiếu chính xác và hiệu quả, chỉ nhìn vào các con số về lượt truy cập và tiếp cận website mà thiếu đi cái nhìn theo chiều sâu vào từng ngạch khách hàng cụ thể cũng sẽ khiến bạn khó xác định bước đi tiếp theo phù hợp với doanh nghiệp của mình.

• Tìm người đồng hành đáng tin cậy

Mỗi doanh nghiệp nên tìm cho mình ít nhất một người bạn đồng hành trong lĩnh vực marketing, để có thể cùng nhau xây dựng một chiến lược marketing hiệu quả nhất. Một đối tác lí tưởng có thể là một đối tác chuyên nghiệp, uy tín và đã có những chiến dịch, sản phẩm online marketing hiệu quả cũng là một ý kiến không tồi.

Chiến lược Marketing online hiệu quả

Để có một chiến lược Marketing online có hiệu quả, chúng t cần phải xây dựng một kế hoạch cụ thể:

PHÂN TÍCH VÀ NGHIÊN CỨU > XÂY DỰNG KẾ HOẠCH > TRIỂN KHAI > ĐÁNH GIÁ VÀ KIỂM TRA

1. Phân tích và nghiên cứu

Dựa theo quy tắc 3C để giúp bạn đánh giá doanh nghiệp của mình đang đứng ở vị trí nào, lợi thế cạnh tranh và tiềm năng thị trường ra sao để xây dựng chiến lược cạnh tranh phù hợp và hiệu quả.

• **Đối thủ cạnh tranh:** Trong lĩnh vực Marketing online, đối thủ chính là những đơn vị, cá nhân đang kinh doanh cùng nghề trên mạng. Sau khi đã xác định được những đối thủ cạnh tranh điều bạn cần quan tâm chính là những chỉ số cạnh tranh trên từng kênh online của đối đối thủ: Website (nội dung & hình thức), chỉ số SEO của Website, những chiến dịch email do đối thủ triển khai, các chỉ số tương tác trên Facebook của đối thủ… bằng cách trả lời những câu hỏi như:

• Nội dung thông tin họ muốn truyền tải đến khách hàng là gì?

• Phong cách kinh doanh họ đang xây dựng?

• Tệp khách hàng của họ là ai?, cách thức dẫn dắt, thuyết phục khách hàng là gì?

• Các chương trình marketing qua từng kênh online nào? (Facebook, Email, Website…)

• Thông điệp họ truyền tải là gì?

Bên cạnh đó bạn cần thu thập những thông tin khác về đối thủ như: mức tiêu thụ, doanh thu, lợi nhuận, đầu tư mới và mức sử

dụng năng lực (qua các công cụ phân tích thống kê online, các số liệu công bố). Tuy nhiên, có những thông tin bạn khó lòng thu thập được.

Bạn cũng có làm một số khảo sát nhỏ bằng cách đặt những câu hỏi cho chính khách hàng để nắm được những thông tin về đối thủ như: Nêu tên doanh nghiệp đầu tiên bạn nghĩ đến trong ngành này?, Tên doanh nghiệp mà bạn thích mua sản phẩm của họ trong ngành này? Điểm gì thu hút bạn? ....

• **Bản thân doanh nghiệp:** Sử dụng mô hình SWOT để giúp các doanh nghiệp dễ dàng nhìn nhận và đánh giá chính mình.

Mô hình SWOT giúp bạn có thể nhận biết được những điểm mạnh, điểm yếu, thời cơ và thách thức của doanh nghiệp.

Điểm mạnh: là những điểm nổi trội của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh

• Trình độ chuyên môn về kinh doanh online, Marketing online, kiến thức về thị trường và đối thủ cạnh tranh.

• Các kỹ năng liên quan, kinh nghiệm làm khai thác và sử dụng các công cụ Marketing online

• Mối quan hệ rộng và vững chắc với các đối tác

• Niềm đam mê, trách nhiệm với nghề

• Khả năng phản ứng nhạy bén với sự thay đổi của thị trường

Điểm yếu: là những điểm còn thiếu sót, chưa tốt so với đối thủ, những hạn chế còn tồn tại và cần khắc phục

• Thiếu kinh nghiệm hoặc kinh nghiệm chưa thích hợp

• Thiếu kiến thức, kỹ năng cơ bản

• Hạn chế trong các mối quan hệ

• Chưa có những định hướng hay mục tiêu rõ ràng

• Kỹ năng nghề nghiệp chưa cao

Cơ hội: là những yếu tố bên ngoài tác động tích cực đến doanh nghiệp tạo điều kiện để doanh nghiệp phát triển.

• Những công cụ Marketing online miến phí, đa năng, hiệu quả

• Thói quen mua sắm của khách hàng thay đổi

• Thị trường TMĐT có xu hướng phát triển hơn

• Cơ chế pháp luật TMĐT được hoàn thiện và thông thoáng hơn

• Công nghệ phụ vụ kinh doanh online phát triển

Thách thức: là những yếu tó bên ngoài tác động tiêu cực vào doanh nghiệp, gây nên những khó khăn, cản trở sự phát triển

• Những thay đổi của thị trường (sự góp mặt của đối thủ cạnh tranh ngày càng tăng nhanh, sản phẩm ngày càng phong phú, nhu cầu khách hàng thay đổi)

• Lòng tin của khách hàng online suy giảm do mua phải hàng giả, hàng nhái hoặc bị lừa đảo

• Một số ông cụ kinh doanh online lỗi thời

• Đối thủ cạnh tranh ngày càng mạnh và có những chiến lược vô cùng hiểm hóc

• **Khách hàng mục tiêu:**

Trả lời những câu hỏi: Họ là ai? Họ tìm gì trên mạng? Họ chọn kênh gì để tìm kiếm? Họ cần tìm cái gì? Doanh nghiệp của bạn có sản phẩm, dịch vụ nào đáp ứng được nhu cầu của họ không? Tại sao họ mua sản phẩm của bạn? Họ lo lắng gì khi mua sản phẩm của bạn? Hành vi mua hàng? Thời điểm họ mua hàng là khi nào?

Từ việc nghiên cứu và phân tích những yếu tố trên giúp bạn xác định được vị trí của mình, lợi thế cạnh tranh và tiềm năng của thị trường để đưa ra những chiến lược cạnh tranh phù hợp và hiệu quả cho doanh nghiệp.

2. Xây dựng kế hoạch

Kế hoạch Marketing online càng cụ thể, chi tiết bao nhiêu sẽ càng giúp doanh nghiệp có hướng đi rõ ràng bấy nhiêu.

• Thiết lập mục tiêu:

• Mục tiêu về doanh số, lợi nhuận, thị phần

• Mục tiêu nâng cao nhận biết thương hiệu

• Mục tiêu đánh bại đối thủ (Tùy từng đối thủ, xác định vấn đề cần đánh bị: chất lượng sản phẩm, dịch vụ, giá cả, thị phần hay doanh số…)

• Cách thức triển khai:

Quy trình triển khai: Nắm vững mục tiêu kinh doanh online > Truyền đạt mục tiêu > Phân công công việc, trách nhiệm của các phòng bạn (sẽ tiến hành trên kênh nào, sẽ làm gì trên những kênh đó, nhân sự cho kênh đó thế nào…) > Triển khai công việc > Theo dõi, giám sát, xử lý kịp thời.

Một số vấn đề cần lưu ý cách thức triển khai các vấn như: Nội dung thông điệp (căn cứ vào mục tiêu trong từng thời kỳ, chuyên mục để thiết kế và triển khai cho phù hợp), Kênh truyền tải thông điệp và đối tượng truyền tải, Slogan (mỗi kênh sẽ có một slogan khác nhau xoay quanh thông điệp chính hay không?), Giải quyết vấn đề của khách hàng và đánh giá mức độ tiềm năng qua mô hình hành vi khách hàng (nhận thức vấn đề - tìm hiểu thông tin – đánh giá – quyết định – mua và đánh giá sau mua), Triển khai các chương trình khuyến mãi trên từng kênh…

• Phương pháp đánh giá và phương án dự phòng

• Đối chiếu so sánh với bản kế hoạch đã đề ra (số lượng khách hàng truy cập, thời gian truy cập, số lượng phản hồi, chia sẻ, mua hàng…)

• Điều chỉnh lại năng suất lao động của nhân viên

• Thiết lập phương án dự phòng

3. Triển khai kế hoạch

• Công tác chuẩn bị

• Kiểm tra, đánh giá và đào tạo nhân viên

• Hoàn thiện các công cụ Marketing online (Website, đánh giả chỉ số SEO của Website, quy trình làm email marketing, hoàn thiện hệ thống Fanpage…)

• Phân công nhiệm vụ: dựa vào tiêu chuẩn 5W1H

• Who – Ai phụ trách công việc này?

• How – Làm thế nào?

• What – Sử dụng những kênh nào?

• When – Khi nào thực hiện?

• Why – Tại sao?

• Where – Ở đâu?

Phân công nhiệm vụ cho các nhân sự triển khai chính là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng và thể hiện tài năng của người lãnh đạo bởi nó có thể kết nối các thành viên với nhau để tạo điểm mạnh của cả tổ chức.

• Báo cáo kết quả

• Báo cáo theo từng kênh

• Kết quả khách hàng, doanh thu

• Bổ sung, hoàn thiện những thiếu sót

• Đưa ra đánh giá tổng thể các chương trình Marketing online

• Đánh giá trình độ nhân sự

• Đánh giá lại tính hiệu quả của các chương trình và phương pháp tối ưu

4. Đánh giá và hiệu chỉnh

• Tổng hợp báo cáo thống kê theo ngày (về khách hàng, doanh thu, công tác triển khai…)

• Đưa ra nhận định và phân tích (những sai lầm trong chiến lược, đội ngũ nhân lực, nguồn lực tài chính, công cụ sử dụng nào chưa hiệu quả, thông điệp có thực sự thu hút khách hàng…)

• Sử dụng phương án dự phòng nếu cần

Sunbook – thắp sáng tri thức

Sunbook là nhà phát hành, phân phối sách của nhiều thương hiệu, trong đó nổi bật như **MZBook** với dòng sách về Digital Marketing, **MMO** với các đầu sách về kiếm tiền online hay**Easylife** với các đầu sách cho tối ưu cuộc sống.

Với slogan “Thắp sáng tri thức” Sunbook mong muốn mang những kiến thức hay nhất, hữu ích nhất đến các độc giả Việt. Và đây cũng chính là định hướng xuyên suốt cho các hoạt động của Sunbook trong những chặng đường tiếp theo.

Do vậy, dự án Free-ebook ra đời trong sự kết hợp của **Sunbook và MediaZ Agency** mang đến cho độc giả những cuốn ebook nhỏ liên quan đến một số chủ đề của ngành Digital Marketing. Hy vọng các bạn sẽ nhận được nhiều kiến thức hữu ích, bổ sung được những nội dung nền tảng liên quan đến ngành để hoàn thành tốt hơn công việc của mình.

Đừng ngại liên hệ với Sunbook của tụi mình nếu có bất cứ góp ý, đánh giá nào thông qua email: contact@sunbook.vn

Cảm ơn bạn vì đã ở đây đồng hành cùng Sunbook để khám phá những nội dung hay, hữu ích với bạn!

Đội ngũ đồng thực hiện

Sunbook MZBOOK mediaz